
Analisis Strategi Bersaing Bisnis Guna Mempertahankan Eksistensi Usaha Dalam Menghadapi Maraknya *Coffee Shop* Yang Ada Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Aromatic Coffee And Roastery Malang)

Oleh:

Muhamad Rifki Arifian*

Agus Widarko **

Mohammad Rizal***

Maknakreatif.id@gmail.com

Abstract

In the era of globalization, the economic growth of Malang City continues to grow, and various sizes and types of industries have supported the economy of Malang City with all the dynamics that are sustainable, one of which is coffee shop. This research aims to find out the competitive business strategies applied by Aromatic Coffee and Roastery Malang to maintain business existence in the face of the rise of coffee shops in Malang City.

In this study, primary data collection was conducted through in-depth interviews to informants in this study, namely Owners, Employees and Customers. While secondary data is obtained through literature studies, research journals, overview of Aromatic Coffee and Roastery Malang. The research method used is a qualitative descriptive analysis method. The analytical methods used are SWOT Analysis, IFE matrix, EFE matrix, and SWOT Matrix.

The results of the IFE and EFE matrix show the position of the company quadrant is in Quadrant I. This position shows that profitability is very high, the company has the opportunity and strength to take advantage of existing association opportunities. The recommended strategy is Progressive which means the organization is in ideal and consistent circumstances, and is very likely to continue development, growth, and maximum progress.

Keywords: *Competing Strategies, SWOT Analysis, Coffee Shop*

Pendahuluan

Latar belakang Masalah

Secara geografis Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur dengan jumlah penduduk 874.890 jiwa yang terdiri dari penduduk laki-laki sebesar 431.483 jiwa serta penduduk perempuan sebesar 443.407 jiwa (BPS, 2020) dan secara terus-menerus jumlah penduduk di Kota Malang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Salah satu faktor kenaikan tersebut dikarenakan arus masuk pendatang dari luar Kota Malang dengan berbagai keperluan masing-masing yakni bekerja, menempuh Pendidikan dan lain sebagainya. Selain itu, Kota Malang merupakan salah satu kota yang memiliki ragam wisata alam, budaya, dan kuliner yang menjadikan Kota Malang tujuan wisata dikalangan khalayak umum baik di Indonesia atau bahkan di Dunia. Adanya pendatang baru dengan berbagai macam perilaku dan budaya di Kota Malang, maka terjadilah asimilasi yaitu percampuran dua budaya dengan hilangnya ciri budaya asli membentuk budaya baru.

Di era globalisasi, pertumbuhan ekonomi Kota Malang terus berkembang, dan berbagai ukuran dan jenis industri telah mendukung perekonomian Kota Malang dengan segala dinamikanya yang berkelanjutan, salah satunya adalah *Coffee Shop*. Tidak bisa dipungkiri jika beberapa tahun terakhir ini usaha *Coffee Shop* banyak bermunculan di mana-mana, bahkan puluhan *Coffee Shop* ada pada satu lokasi, semisal di Kawasan Sudimoro Kota Malang. Pemerintah Kota Malang telah menjadikan kawasan tersebut sebagai salah satu tempat wisata kuliner Kota Malang.

Dalam memilih strategi keunggulan bersaing yang tepat, pelaku bisnis perlu melihat situasi dan kondisi pasar, hal ini dapat dilakukan dengan menganalisis lingkungan bisnis, baik internal maupun eksternal. Agar nantinya terbentuk formulasi-formulasi yang tepat untuk diterapkan pada usaha yang dimiliki salah satunya adalah dengan cara mengidentifikasi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang berasal dari lingkungan eksternal usaha serta mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang berasal dari internal usaha. Keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan karakteristik dan sumber daya guna terbentuknya kinerja yang unggul dari pada pesaing dalam pasar yang sama.

Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul: **Analisis Strategi Bersaing Bisnis Guna Mempertahankan Eksistensi Usaha dalam Menghadapi Maraknya *Coffee Shop* yang ada di Kota Malang (Studi pada Aromatic Coffee and Roastery Malang)**

Adapun rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Bersaing Bisnis Guna Mempertahankan Eksistensi Usaha Dalam Menghadapi Maraknya *Coffee Shop* Yang Ada Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Aromatic Coffee and Roastery Malang)?

Tinjauan Teori Strategi

Menurut Tripomo dalam Nazarudin (2020:3) strategi adalah rencana tentang apa yang ingin dicapai atau hendak menjadi apa suatu organisasi di masa depan (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut (rute). Sedangkan menurut Hill dalam Rangkuti (Nazarudin, 2020:3) strategi merupakan suatu cara yang menekankan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan manufaktur dan pemasaran. Selanjutnya menurut Clausewitz dalam Berlian (Nazarudin, 2020:3) strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang. Dalam pengertian tersebut dapat dijabarkan bahwa strategi merupakan sebuah bentuk tindakan untuk memanfaatkan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenangkan pasar yang dihadapi oleh perusahaan.

Manajemen Strategis

Menurut David (2006:5) Manajemen strategis (*strategic management*) merupakan seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Sedangkan tujuan manajemen strategis adalah untuk

mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang.

Strategi Bersaing

Menurut Hunger dan Wheelen (2001:245) strategi bersaing berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani perusahaan. Apabila strategi perusahaan mengatasi masalah bisnis dan industri apa yang harus dilayani perusahaan, strategi bersaing mengatasi masalah bagaimana perusahaan dan unit-unitnya dapat bersaing dalam bisnis dan industri.

Analisis SWOT

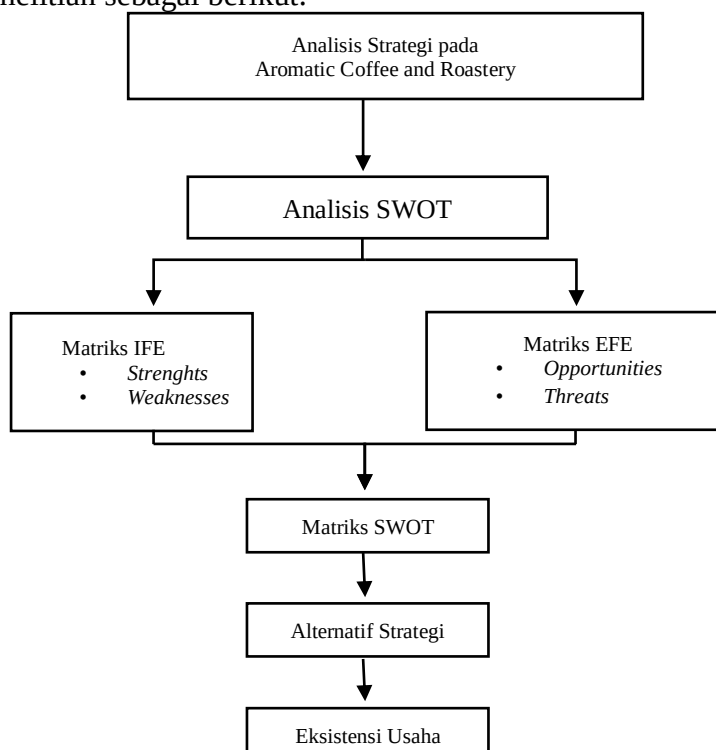
Menurut David (2006:284), Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats-SWOT Matrix*) adalah alat untuk mencocokkan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi: SO (*strengths-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strengths-threats*), WT (*weaknesses-threats*). Mencocokkan faktor eksternal dan internal kunci adalah bagian yang paling sulit dalam mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik

Coffee Shop

Coffee shop adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual kopi. Umumnya, yang disebut dengan *coffee shop*, adalah kedai minum kopi yang tempatnya didesain menarik dan menyediakan banyak menu kopi. Sejumlah tempat juga menyediakan menu kopi dengan berbagai macam cara menyeduhnya. Dari tubruk, *french press*, *aeropress*, *vietnam drip*, *v60*, *chemex* dan lain-lain.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan hasil penelitian, maka disusun kerangka konseptual dalam penelitian sebagai berikut:



Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *owner*, karyawan, dan *customer* Aromatic Coffee and Roastery yang berlokasi di Jl. Ikan Tombro No.1, Tunjungsekar, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142. Adapun alasan untuk memilih lokasi ini yaitu dikarenakan tidak pernah dilakukan penelitian sebelumnya oleh peneliti lain mengenai kondisi usaha pada Aromatic Coffee and Roastery.

Waktu Penelitian

Waktu yang terhitung sejak bulan Desember 2021 sampai dengan Februari 2022

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber/asal data yang memberikan hasil langsung kepada pengumpul data.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data secara aktual kepada pencari data.

Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara Mendalam
- b. Observasi
- c. Dokumentasi

Hasil Penelitian

Hasil Wawancara dengan informan

Aromatic Coffee and Roastery memiliki *motto* yaitu ingin *men-development* segala sesuatu yang dimiliki menjadi suatu hal yang berkualitas, serta terus memperluas jaringan penjualan produk *retail* yang dimiliki, Aromatic Coffee and Roastery selalu mengedepankan kepuasan konsumen mulai dari konsumen datang hingga pulang, “Aromatic Coffee and Roastery sendiri selalu mengedepankan 3S yaitu Salam, Senyum, dan Sapa. Tradisi seperti ini sudah kami bangun mulai awal berdirinya Aromatic Coffee and Roastery hingga sekarang, kami juga selalu mengedepankan kepuasan konsumen, selalu berusaha menciptakan kesan untuk konsumen mulai dari datang hingga pulang”, ujar *owner* Aromatic Coffee and Roastery.

Dicky menjelaskan bahwa Aromatic Coffee and Roastery memiliki beberapa keunggulan yang menjadi kekuatan perusahaan antara lain adalah dilini produk yang dimiliki, karena mulai dari awal berdiri Aromatic Coffee and Roastery sudah memproduksi bahan bakunya sendiri, mulai dari bahan baku non-kopi maupun kopinya sehingga Aromatic Coffee and Roastery mempunyai ciri khas

sendiri dari segi menu makanan dan minuman yang dijual. Selain itu Dicky menjelaskan bahwa manajemen perusahaan Aromatic Coffee and Roastery selalu berjalan dengan baik, hal itu dapat dibuktikan dengan masih berdirinya *Coffee Shop* ini dari awal hingga sekarang dan masih mampu melewati banyaknya tantangan seperti contoh yaitu ketika terjadi musibah *Covid-19* yang kemudian menjadikan ruang gerak Aromatic Coffee and Roastery lebih sempit, namun *Coffee Shop* ini masih dapat bertahan karena manajemen perusahaan yang baik.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Faktor Internal dan Faktor Eksternal Perusahaan

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (<i>Strengths</i>) - Berada di Kawasan Sentral Kopi Kota Malang, Sudimoro. - Memiliki produk bahan bakunya sendiri - Harga produk yang terjangkau - Terdapat promo produk setiap hari - Manajemen perusahaan yang baik - Selalu meningkatkan kemampuan karyawan - Selalu berinovasi dari produk, SDM, hingga peralatan pendukung bisnis.	Peluang (<i>Opportunities</i>) - Kerjasama kepada owner yang memiliki <i>coffee shop</i> - Masyarakat yang memiliki minat tinggi terhadap kopi - Anak muda yang hobi nongkrong. - Masyarakat umum, mahasiswa, dan pekerja kantor yang ingin rapat, berdiskusi atau mengerjakan tugas.
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) - Lingkungan sekitar yang tidak sejalan dengan konsep perusahaan. - Tidak adanya fasilitas toilet didalam <i>coffee shop</i>.	Ancaman (<i>Threats</i>) - Persaingan harga antar <i>Coffee shop</i> - Perusahaan/<i>coffee shop</i> yang menjual bahan baku <i>powder</i> dan kopi.

Sumber: Data Primer (2022)

Perkembangan Strategi Bersaing

Internal Factor Evaluation (IFE)

Faktor Internal	Bobot	Skor	Rata-rata	Keterangan/komentar
Kekuatan (<i>Strengths</i>) - Berada di Kawasan Sentral Kopi Kota Malang, Sudimoro. - Memiliki produk bahan bakunya sendiri - Harga produk yang terjangkau - Terdapat promo produk setiap hari - Manajemen perusahaan yang baik - Selalu meningkatkan kemampuan karyawan - Selalu berinovasi dari produk, SDM, hingga peralatan pendukung bisnis.	0,14 0,14 0,1 0,1 0,14 0,14 0,1	4 4 3 3 4 4 3	0,56 0,56 0,3 0,3 0,56 0,56 0,3	- Sudah dikenal masyarakat Kota Malang - Tidak ada kendala bahan baku - Mempengaruhi minat konsumen - Mempengaruhi minat konsumen - Manajemen perusahaan tidak ada kendala - Mempengaruhi kualitas pelayanan - Mempengaruhi citra perusahaan
Sub Total	0,86		3,14	
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) - Lingkungan sekitar yang tidak sejalan dengan konsep perusahaan. - Tidak adanya fasilitas toilet didalam <i>coffee shop</i>.	0,07 0,07	2 2	0,14 0,14	
Sub Total	0,14		0,28	
Total	1		3,42	

Sumber: Data Primer (2022)

External Factor Evaluation (EFE)

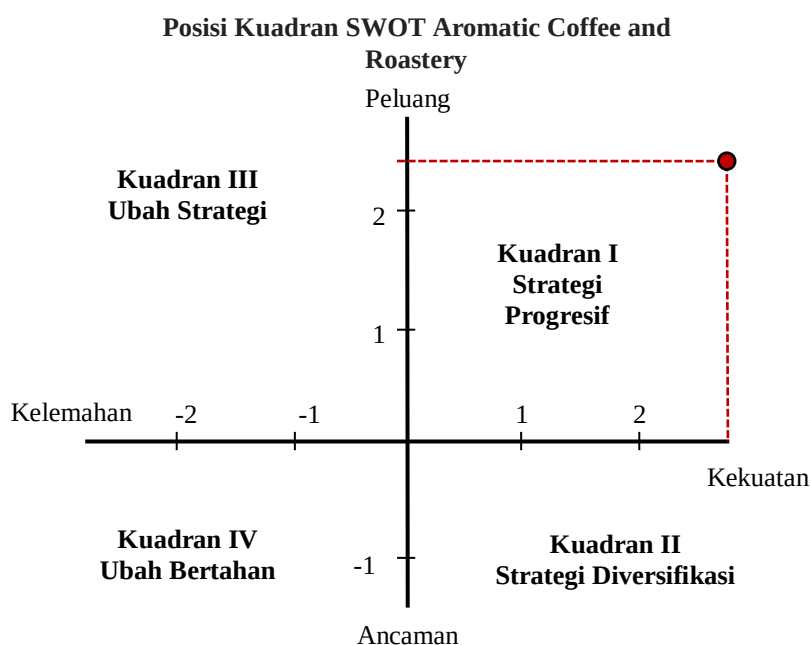
Faktor Eksternal	Bobot	Skor	Rata-rata	Keterangan/komentar
Peluang (Opportunities)			0,8	
1. Kerjasama kepada owner yang memiliki <i>coffee shop</i>	0,23	4		• Menambah jangkauan pemasaran • Menciptakan konsumen yang loyal • Peluang untuk meningkatkan pendapatan • Peluang untuk meningkatkan pendapatan
2. Masyarakat yang memiliki minat tinggi terhadap kopi	0,17	3		
3. Anak muda yang hobi nongkrong.	0,17	3		
4. Masyarakat umum, mahasiswa, dan pekerja kantor yang ingin rapat, berdiskusi atau mengerjakan tugas.	0,23	4		
Sub Total	0,8		2,86	
Ancaman (Threats)				
1. Persaingan harga antar <i>Coffee shop</i>	0,1	2	0,2	• Menghambat pemasaran • Persaingan produk dilini <i>retail</i>
2. Perusahaan/ <i>coffee shop</i> yang menjual bahan baku <i>powder</i> dan kopi.	0,1	2	0,2	
Sub Total	0,2		0,4	
Total	1		3,26	

Sumber: Data Primer (2022)

Dari hasil analisis Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan Matriks *External Factor Evaluation (EFE)* diatas, menghasilkan skor sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strengths*) = 3,14
2. Kelemahan (*Weaknesses*) = 0,28
3. Peluang (*Opportunities*) = 2,86
4. Ancaman (*Threats*) = 0,4

Posisi Perusahaan pada Kuadran SWOT



Sumber: Peneliti (2022)

Setelah dilakukan analisis matriks IFE dan EFE serta mengetahui hasil dari faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan untuk selanjutnya dapat dianalisis untuk mengetahui posisi perusahaan pada kuadran SWOT yaitu dengan cara sebagai berikut:

“x” adalah total skor dari kekuatan dikurangi dengan total skor dari kelemahan perusahaan dan “y” adalah total skor peluang dikurangi dengan total skor ancaman dari perusahaan.

$$\text{Dimana ;} \quad x = 3,14 - 0,28 = 2,86 \quad y = 2,86 - 0,4 = 2,46$$

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Posisi kuadran SWOT dari Aromatic Coffee and Roastery berada pada kuadran I yang artinya berada pada Strategi Progresif.
2. Rekomendasi yang diberikan adalah strategi progresif yang mana organisasi masih dalam keadaan bagus dan stabil sehingga masih memungkinkan untuk melakukan pengembangan dan meraih kemajuan di masa yang akan mendatang.
3. Rekomendasi alternatif strategi yang cocok untuk Aromatic Coffee and Roastery adalah strategi SO yaitu penggunaan kekuatan internal untuk memaksimalkan peluang eksternal perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini terdapat keterbatasan sebagai berikut :

Keterbatasan penelitian ini hanya dilaksanakan pada Aromatic Coffee and Roastery Malang variabel yang disorot hanya pada variabel strategi bersaing bisnis.

Saran

Dari hasil penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa poin penting mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan. Menurut peneliti Aromatic Coffee and Roastery memiliki kemampuan yang mencukupi untuk memperluas pasar mereka serta dalam menghadapi persaingan. Dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan kekuatan internal perusahaan seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan pemasaran/promosi untuk mengurangi ancaman eksternal perusahaan.

Bagi peneliti selanjutnya, untuk mempelajari pengembangan strategi bersaing dalam bisnis khususnya bidang kuliner, sebaiknya ditambahkan satu bisnis untuk melihat hasil yang spesifik serta dapat data yang lebih objektif atau peneliti selanjutnya dapat mempelajari lebih dalam mengenai ragam menu yang disajikan, cita rasa dari produk, nuansa *Coffee Shop* serta pelayanan kepada pelanggan yang diberikan oleh Aromatic Coffee and Roastery Malang untuk mendapatkan loyalitas dari setiap pelanggan agar penelitian ini dapat berlanjut dengan pembahasan yang baru dan lebih aktual.

Daftar Pustaka

Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

- David, Fred R. 2006. *Strategic Management (Manajemen Strategis Konsep)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dhermawan, Revano Raka. 2019. *Rencana Usaha Coffee Shop Dengan Penerapan Sistem Pelayanan Dine-in & Drive Thru di Kabupaten Bogo*. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata
- Hasan, I. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Heene, Aime dan Desmidt, Sebastian., 2010. *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik, dialihbahasakan oleh Faisal Afiff*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hunger, David, J. Dan Thomas L. Wheelen. 2001. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Indrayana, Ida Bagus. 2006. *Desain Interior Restoran Arma di Ubud Bali*. Denpasar: Institut Seni Indonesia. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr. 2008. *Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Prenhalindo
- _____. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- _____, dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Landang, Tesalonika, Agus S. Soegoto, dan Yunita Mandagie. 2018. *Analisis Penentuan Strategi Bersaing Pada Usaha Pengolahan Ikan PT Deho Canning Company Bitung*. Manado: FEB Universitas Sam Ratulangi.
- Merentek, Yumi F, Joyce Lapisan, Agus S. Soegoto. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Bahu Mall Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Nadia, Rifca. 2020. *Habit “Nongkrong” Di Kafe Pada Anak Muda*. Medan: Universitas Sumatra Utara
- Nazarudin. 2020. *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset
- Ofela, Hana. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisien Vol. 16 No. 03. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Pitoy, Claudia Vanessa, Altje Tumbel, dan Maria Tielung. 2016. *Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus pada PT. Astragraphia, Tbk Manado)*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 1. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang : Kharisma Publishing Group
- Poniman, A.S Dan T. A. C. Sentoso. 2017. *Analisa Faktor yang menjadi Prefensi Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Prayitno , Arief, Rudiyanto, dan Rusdin. 2019. *Strategi Bersaing : Dalam Perspektif Militer dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Prasojo, Diat Lantip. 2018. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: UNY Press

- Purnamasari, Andiny Indah. 2016. *Strategi Kantor Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kabupaten Bintan Dalam Meningkatkan Minat Dan Budaya Baca Masyarakat*. Tanjungpinang: Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Rahim, Rahman H. Abd. dan Enny Radjab. 2016. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rijanto, Maria. 2021. *Analisis Strategi Bersaing Bisnis Home Industry*. Bandung: Universitas Katholik Parahyangan
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Soenaryo, Ruspriono. 2020. *Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Specialty Tea (Studi Kasus Brand "SILA" PT. Sila Agri Inovasi)*. Jakarta: Universitas Mercu Buana
- Suardi, Wa Ode Sitti Hafsah, dan Ashmarita. 2019. *Strategi Pengusaha Warung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Kota Kendari*. Kendari: Universitas Halu Oleo.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Taufiqurokhman. 2016. *Manajemen Strategik*. Jakarta: FISIP Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama
- Tucker, Catherine M. 2011. *Coffee Culture: Local Experience, Global Connection*. New York: Routledge
- Wijaya, Gisella Andari. 2017. *Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Café di Kota Malang (Studi Kasus pada Vosco Coffee Malang)*. Malang: FEB Universitas Brawijaya

Muhamad Rifki Arifian* Adalah Mahasiswa FEB UNISMA

Agus Widarko ** Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA

Mohammad Rizal*** Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA